

“Digitalisasi Pertanian Menuju Kebangkitan Ekonomi Kreatif”

Analisis Pemasaran Komoditas Durian di Desa Wonosalam Kecamatan
Wonosalam Kabupaten Jombang

Titin Agustina dan Vivien Halimatushsholichah

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember

Email: agustina,faperta@unej.ac.id

Abstrak

Buah Durian merupakan salah jenis buah tropis dengan ciri khas yang unik dan eksotik. Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi dengan produksi buah durian terbesar pertama di Indonesia. Salah satu kabupaten yang berkontribusi besar terhadap produksi durian di Provinsi Jawa Timur yaitu Kabupaten Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam sebagai sentra produksi durian di Kabupaten Jombang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analitik dengan analisis data menggunakan analisis margin pemasaran dan *farmer's share*, analisis *share* biaya dan *share* keuntungan, serta analisis efisiensi pemasaran. Hasil Penelitian menunjukkan 1a) terdapat 3 saluran pemasaran durian yaitu (a) petani – tengkulak – pedagang besar – pengecer dalam kota – konsumen, (b) petani – tengkulak – pedagang besar – pengecer luar kota – konsumen, (c) petani – tengkulak – pengecer dalam kota – konsumen; 1b) Fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas; 2) Margin Pemasaran terendah dan nilai *farmer's share* tertinggi yaitu pada Saluran Pemasaran III; dan 3) Efisiensi pemasaran menunjukkan saluran pemasaran III paling efisien dengan nilai efisiensi pemasaran terkecil dan saluran pemasaran terpendek.

Kata kunci: durian, pemasaran, efisiensi

Pendahuluan

Hortikultura adalah salah satu subsektor komersial yang mempunyai tingkat nilai ekonomi yang tinggi (*high value commodity*) dan permintaan pasar yang besar. Hortikultura sebagai subsektor yang penting dan strategis perlu dilakukan peningkatan produksi untuk dapat bersaing dalam pasar domestik maupun pasar dunia (Natawidjaja, 2007). Subsektor hortikultura menjadi salah satu subsektor andalan untuk komoditas ekspor. Kegiatan ekspor menjadi sangat penting dalam menyumbang upaya peningkatan perekonomian nasional. Salah satu subsektor hortikultura yang memiliki prospek ekspor yaitu pada komoditas buah–buahan.

Berdasarkan hasil olah data Badan Pusat Statistik Tahun 2017-2018, salah satu komoditas buah yang memiliki nilai rata –rata pertumbuhan ekspor tertinggi dengan angka 74,55% yaitu buah durian. Pernyataan demikian dikuatkan dengan pendapat Oktaviana *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa buah durian memang layak menjadi buah primadona ekspor karena banyaknya peminat buah durian dari masyarakat di berbagai penjuru dunia.

Direktorat Jendral Hortikultura (2019) menegaskan bahwa dengan ciri khas dan daya tarik yang ada pada buah durian, menjadikan buah durian memiliki nilai ekonomi tinggi dan juga daya saing. Pernyataan tersebut juga didukung dengan pengusaha buah durian yang ada di berbagai wilayah bagian Indonesia. Provinsi Jawa Timur memproduksi buah durian terbanyak dari seluruh provinsi di Indonesia dengan rata – rata produksi sebesar 235.355 ton/tahun (Badan Pusat Statistik, 2017-2019). Produksi buah durian di Jawa Timur ditunjang oleh 84% kabupaten – kabupaten yang mengusahakan dan atau menghasilkan buah durian (Badan Pusat Statistik, 2019). Salah satu kabupaten dengan kontribusi produksi durian yang cukup besar yaitu Kabupaten Jombang.

Dinas Pertanian Kabupaten Jombang (2012), menyatakan bahwa Kabupaten Jombang memiliki berbagai komoditas hortikultura buah unggulan yang salah satunya yaitu komoditas durian. Terdapat 5 Kecamatan yang memproduksi buah durian di Kabupaten Jombang diantaranya yaitu Kecamatan Gudo, Kecamatan Diwek, Kecamatan Wonosalam, Kecamatan Bareng, dan Kecamatan Ngoro. Kecamatan Wonosalam sebagai kecamatan penghasil buah durian paling tinggi se Kabupaten Jombang dengan nilai rata – rata produksi sebesar 163.906,33 ton/tahun. Dapat dikatakan bahwa Kecamatan Wonosalam sebagai sentra produksi durian di Kabupaten Jombang. Salah satu desa yang berkontribusi besar yaitu Desa Wonosalam.

Buah Durian merupakan salah satu komoditas unggulan di Kabupaten Jombang. Buah Durian banyak diusahakan di wilayah Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam. Produk buah durian yang berasal dari Wonosalam dikenal dengan rasanya yang manis legit namun juga terdapat rasa pahit sehingga tidak menimbulkan rasa cepat bosan bagi penikmatnya. Ciri khas tersebut yang menjadikan buah durian asal Wonosalam ini banyak diminati oleh konsumen yang tidak hanya berasal dari dalam wilayah Kabupaten Jombang melainkan juga luar kabupaten. Hasil produksi buah durian di Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang sebagian besar ada yang dipasarkan ke luar Kabupaten Jombang yaitu kabupaten/kota yang masih dalam lingkup Jawa Timur seperti Kabupaten Gresik dan Kabupaten Sidoarjo. Berbeda dengan desa lain di Kecamatan Wonosalam yang memasarkan buah durian hanya pada daerah lokal/wilayah Kabupaten Jombang saja. Jauhnya lokasi

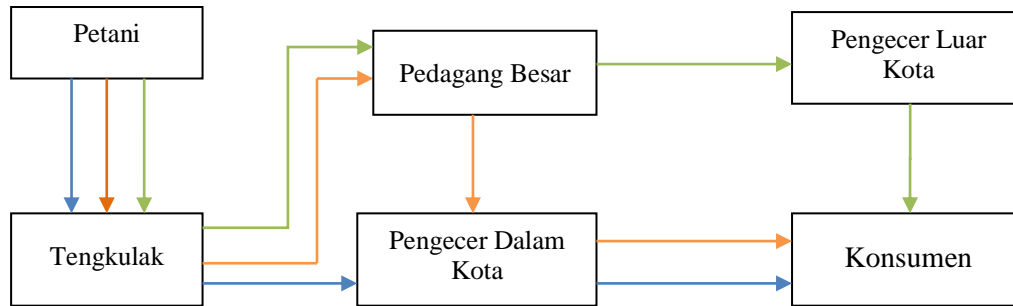
konsumen menyebabkan pemasaran tidak dilakukan sendiri oleh petani tetapi melibatkan banyak lembaga pemasaran yang berbeda – beda.

Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi – fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran yang dilakukan adalah bentuk kegiatan penunjang dalam proses pemasaran. Dimana fungsi yang dilakukan membutuhkan biaya yang besar sehingga berakibat pada pembentukan harga jual ditingkat lembaga pemasaran yang akan diterima oleh konsumen akhir. Menurut Agustian (2008), biaya pemasaran komoditas hortikultura yang mahal merupakan akibat dari ketidakefisienan yang disebabkan oleh panjangnya rantai pemasaran. Berdasarkan hasil survey pendahuluan, pada komoditas buah durian, harga ditingkat petani di Desa Wonosalam bervariasi yaitu Rp 20.000 per buah untuk durian *Grade A* dan Rp 15.000 per buah untuk durian *Grade B*, sedangkan variasi harga ditingkat konsumen atau harga yang ada di pasaran untuk buah durian yaitu sebesar Rp 60.000 per buah untuk durian *Grade A* dan Rp 50.000 per buah untuk durian *Grade B*. Dapat dilihat bahwa terjadi perbedaan harga yang sangat besar diantara tingkat petani dan juga tingkat konsumen yang berakibat pada semakin besarnya nilai margin pemasaran, sehingga perlu adanya perhatian mengenai masalah pemasaran yang efisien agar dapat memberikan keuntungan yang adil pada petani dan juga lembaga pemasaran. Apabila pemasaran sudah efisien maka petani dapat memperoleh keuntungan yang lebih layak dan lembaga pemasaran dapat melakukan fungsi pemasaran dengan baik.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa pada pemasaran buah durian di Desa Wonosalam terdapat kendala sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pemasaran buah durian yang ada di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Hal yang ingin diteliti lebih lanjut yaitu mengenai saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran durian yang ada di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.

Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran yang Terlibat dalam Pemasaran Durian serta Fungsi – Fungsi yang Dilakukan Lembaga Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian, pola pemasaran yang dilakukan oleh 30 petani durian di Desa Wonosalam berbeda – beda. Saluran pemasaran yang digunakan oleh petani durian di Desa Wonosalam yaitu saluran dua tingkat dan saluran tiga tingkat.



Gambar 1. Saluran pemasaran durian

keterangan:

- ▶ : Saluran Pemasaran I
- ▶ : Saluran Pemasaran II
- ▶ : Saluran Pemasaran III

Lembaga – lembaga pemasaran yang terlibat diantaranya yaitu Tengkulak, Pedagang Besar, Pengecer Dalam Kota, dan Pengecer Luar Kota. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi – fungsi pemasaran untuk menunjang kegiatan pemasaran serta memberi nilai tambah pada pemasaran durian. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan yaitu:

1. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan petani durian di Desa Wonosalam meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan petani yaitu fungsi penjualan. Fungsi fisik yang dilakukan petani yaitu fungsi pengangkutan. Fungsi ini dilakukan oleh petani langsung atau juga tenaga kerja yang digunakan untuk mengangkut hasil panen dari kebun menuju rumah petani atau lokasi penjualan. Fungsi fasilitas yang dilakukan petani yaitu fungsi pembiayaan. Biaya yang dikeluarkan oleh petani yaitu biaya ikat dan biaya tenaga kerja. Biaya ikat yaitu biaya yang dikeluarkan petani untuk mengikat setiap satuan buah durian.

2. Tengkulak

Tengkulak melakukan fungsi – fungsi pemasaran yang meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan tengkulak yaitu fungsi beli dan fungsi jual. Fungsi beli yaitu fungsi ketika berhubungan langsung dengan petani untuk membeli buah durian hasil panen petani, sedangkan fungsi jual yaitu ketika tengkulak menjual durian kepada pedagang besar maupun pengecer. Fungsi fisik yang dilakukan tengkulak yaitu fungsi pengangkutan dan fungsi informasi pasar. Fungsi pengangkutan yang dilakukan tengkulak berupa pengangkutan buah durian dari petani menuju lokasi penjualan atau ke pedagang besar. Fungsi informasi pasar pada tengkulak yaitu untuk mengetahui harga durian pada tingkat pedagang besar maupun pengecer. Tengkulak juga melakukan fungsi fasilitas

yang berupa fungsi *grading* dan fungsi biaya. Pemberian *grading* pada durian dibagi menjadi 2 *grade*, yaitu *grade A* dan *grade B*. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh tengkulak yaitu untuk biaya transportasi dan biaya tenaga kerja.

3. Pedagang Besar

Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang besar yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, serta fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan yaitu fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Pedagang besar membeli buah durian dari tengkulak dengan jumlah yang cukup besar. Buah durian yang sudah dibeli dari tengkulak akan langsung dijual kepada pengecer. Fungsi fisik yang dilakukan pedagang besar yaitu fungsi penyimpanan dimana fungsi ini dilakukan ketika pengecer belum melakukan transaksi namun sudah memesan terlebih dahulu. Kegiatan penyimpanan hanya bisa dilakukan selama 1 hari. Apabila lebih dari batas waktu maka pedagang akan langsung menjual kepada pengecer yang lain. Selanjutnya untuk fungsi fasilitas yang dilakukan pedagang besar yaitu penanggungan risiko dan pembiayaan. Penanggungan risiko dilakukan ketika terjadi pembusukan buah selama proses penyimpanan, sehingga jumlah produk yang dijual berkurang. Fungsi pembiayaan yaitu dimana pedagang besar mengeluarkan biaya untuk transportasi dan juga tenaga kerja selama proses pemasaran sampai ke lembaga pemasaran selanjutnya yaitu pedagang pengecer.

4. Pedagang Pengecer

Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi fisik yang dilakukan pengecer yaitu fungsi beli dan fungsi jual dimana pengecer membeli durian langsung dari pedagang besar maupun tengkulak dan menjualnya secara langsung kepada konsumen. Fungsi fisik yang dilakukan pengecer yaitu pengangkutan dan penyimpanan. Fungsi pengangkutan dilakukan ketika pengecer membeli langsung ke lokasi penjualan tengkulak atau pedagang besar. Fungsi penyimpanan dilakukan ketika buah durian yang dijual tidak habis dalam 1 hari setelah pembelian durian dilakukan. Fungsi fasilitas dilakukan oleh pengecer seperti fungsi penanggungan risiko dan fungsi pembiayaan. Fungsi penanggungan risiko digunakan ketika penyimpanan yang dilakukan terlalu lama sehingga buah mengalami kerusakan seperti mengalami pembusukan buah. Fungsi pembiayaan yaitu fungsi pengeluaran biaya untuk kegiatan transportasi/pengangkutan dan atau pembelian buah durian dari pedagang besar dan juga biaya tenaga kerja.

Sejalan dengan penelitian Baladina *et al.* (2011) bahwa setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi – fungsi pemasaran sebagai penunjang dalam kegiatan pemasaran. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan antara lain fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi

fasilitas. Keterbaruan dari penelitian ini yaitu fungsi – fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran lebih banyak variasi atau macamnya sehingga akan mempengaruhi besar biaya yang akan dikeluarkan oleh lembaga pemasaran tersebut seperti adanya biaya risiko yang harus ditanggung oleh setiap lembaga pemasaran karena sifat buah yang mudah rusak.

Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* pada Setiap Saluran Pemasaran Komoditas Durian

1. Saluran Pemasaran I Buah Durian

Saluran pemasaran I pada pemasaran buah durian di Desa Wonosalam merupakan saluran pemasaran tiga tingkat yaitu Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pengecer dalam Kota – Konsumen. Nilai *Market Share*, Distribusi Margin (DM) dan Margin Pemasaran buah durian pada saluran pemasaran I dapat dilihat dari Tabel 1.

Berdasarkan **Tabel 1** diatas yang menginformasikan bahwa buah durian yang dipasarkan dari petani sampai ke konsumen dibagi menjadi 2 *grade* yang diantaranya yaitu *grade A* dan *grade B*. Kriteria *grade A* yaitu bentuk buah utuh, ukuran buah berdiameter 20 – 25 cm, setengah matang – matang, warna lebih muda – agak gelap. Kriteria *grade B* yaitu bentuk buah utuh tanpa cacat, ukuran buah berdiameter 15 – 20 cm, matang, warna lebih gelap. Harga jual buah durian ditingkat petani untuk *grade A* Rp 20.000 perbuah dan *grade B* Rp 15.000 perbuah. Harga beli ditingkat konsumen untuk *grade A* sebesar Rp 60.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 50.000 perbuah. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu *grade A* sebesar Rp 40.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 35.000 perbuah. Nilai margin pemasaran pada *grade A* yaitu Rp 40.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade A* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade A* ditingkat petani sebesar Rp 40.000 perbuah, sedangkan untuk nilai margin pemasaran *grade B* yaitu Rp 35.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade B* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade B* ditingkat petani sebesar Rp 35.000 perbuah.

Berpacu pada **Tabel 1** yang menjelaskan bahwa, nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade A* sebesar 33,33% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 33,33% dari harga beli durian *grade A* ditingkat konsumen. Persentase tersebut diperoleh ketika petani juga mengeluarkan biaya untuk melakukan fungsi pemasaran yaitu berupa biaya ikat dan biaya tenaga kerja. Nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade B* sebesar 30,00% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 30,00% dari harga beli durian *grade B* ditingkat konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani sebagai produsen pada Saluran Pemasaran I terbilang masih cukup kecil dibandingkan dengan keuntungan yang dinikmati oleh para

lembaga pemasaran lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran I masih tidak berpihak pada petani sebagai produsen.

Tabel 1. Nilai *market share*, distribusi margin (DM) dan margin pemasaran buah durian pada saluran pemasaran I

No	Lembaga Pemasaran	Rp/buah		Share %				DM%			
				Grade A		grade B		Grade A		grade B	
		Grade A	Grade B	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi
1	Petani										
	Harga Jual	20.000,00	15.000,00								
	Biaya Ikat	2.000,00	2.000,00		3,33		4,00				
	Biaya Tenaga Kerja	1.392,27	1.392,27		2,32		2,78				
	Sub Total Biaya	3.392,27	3.392,27		5,65		6,78				
	Keuntungan	16.607,73	11.607,73	27,68		23,22					
2	Tengkulak										
	Harga Beli	20.000,00	15.000,00								
	Biaya Risiko	1.000,00	1.000,00		1,67		2,00	2,50		2,86	
	Biaya Tenaga Kerja	244,65	244,65		0,41		0,49	0,61		0,70	
	Biaya Transport	163,10	163,10		0,27		0,33	0,41		0,47	
	Harga Jual	35.000,00	25.000,00								
	Sub Total Biaya	1.407,75	1.407,75		2,35		2,82	3,52		4,02	
	Keuntungan	13.592,25	8.592,25	22,65		17,18		33,98		24,55	
3	Pedagang Besar										
	Harga Beli	35.000,00	25.000,00								
	Biaya Tenaga Kerja	193,14	193,14		0,32		0,39	0,48		0,55	
	Biaya Transport	257,52	257,52		0,43		0,52	0,64		0,74	
	Biaya Risiko	1.750,00	1.750,00		2,92		3,50	4,375		5,00	
	Harga Jual	40.000,00	30.000,00								
	Sub Total Biaya	2.200,66	2.200,66		3,67		4,40	5,50		6,29	
	Keuntungan	2.799,34	2.799,34	4,67		5,60		7,00		8,00	
4	Pengecer Dalam Kota										
	Harga Beli	40.000,00	30.000,00								
	Biaya Tenaga Kerja	583,33	583,33		0,97		1,17	1,46		1,67	
	Biaya Transport	258,33	258,33		0,43		0,52	0,65		0,74	
	Biaya Risiko	1.350,00	1.350,00		2,25		2,70	3,38		3,86	
	Harga Jual	60.000,00	50.000,00								
	Sub Total Biaya	2.191,66	2.191,66		3,65		4,38	5,48		6,26	
	Keuntungan	17.808,34	17.808,34	29,68		35,62		44,52		50,88	
5	Konsumen										
	Harga Beli	60.000,00	50.000,00								
	Margin Pemasaran	40.000,00	35.000,00								
	<i>Farmer Share</i>	33,33	30,00								
	<i>Market Share</i>	66,67	70,00								
	Nilai <i>Market Share</i> (Rp)	40.002,00	35.000,00								
				84,68	15,32	81,62	18,38	85,50	14,50	83,43	16,57
				100,00		100,00		100,00		100,00	

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

2. Saluran Pemasaran II Buah Durian

Saluran pemasaran II pada pemasaran buah durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang merupakan saluran pemasaran tiga tingkat yaitu Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pengecer Luar Kota – Konsumen. Nilai *Market Share*, Distribusi Margin (DM) dan Margin Pemasaran pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai *Market Share*, Distribusi Margin (DM) dan Margin Pemasaran Buah Durian pada Saluran Pemasaran II

No	Lembaga Pemasaran	Rp/buah		Share %				DM%			
				Grade A		Grade B		Grade A		grade B	
		Grade A	Grade B	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi
1	Petani										
	Harga Jual	20.000,00	15.000,00								
	biaya ikat	2.000,00	2.000,00		2,00		3,33				
	biaya tenaga kerja	2.035,97	2.035,97		2,04		3,39				
	sub total biaya	4.035,97	4.035,97		4,04		6,73				
	Keuntungan	15.964,03	10.964,03	15,96		18,27					
2	Tengkulak										
	harga beli	20.000,00	15.000,00								
	biaya risiko	1.250,00	1.250,00		1,25		2,08	1,56		2,78	
	biaya tenaga kerja	565,67	565,67		0,57		0,94	0,71		1,26	
	biaya transport	354,67	354,67		0,35		0,59	0,44		0,79	
	harga jual	35.000,00	25.000,00								
	Sub total biaya	2.170,34	2.170,34		2,17		3,62	2,71		4,82	
	keuntungan	12.829,66	7.829,66	12,83		13,05		16,04		17,40	
3	Pedagang Besar										
	harga beli	35.000,00	25.000,00								
	biaya tenaga kerja	287,06	287,06		0,29		0,48	0,36		0,64	
	biaya transport	229,64	229,64		0,23		0,38	0,29		0,51	
	biaya risiko	1.500,00	1.500,00		1,50		2,50	1,88		3,33	
	harga jual	40.000,00	30.000,00								
	sub total biaya	2.016,70	2.016,70		2,02		3,36	2,52		4,48	
	keuntungan	2.983,30	2.983,30	2,98		4,97		3,73		6,63	
4	Pengecer Luar Kota										
	harga beli	40.000,00	30.000,00								
	biaya tenaga kerja	876,92	876,92		0,88		1,46	1,10		1,95	
	biaya transport	2.923,08	2.923,08		2,92		4,87	3,65		6,50	

No	Lembaga Pemasaran	Rp/buah		Share %				DM%			
				Grade A		Grade B		Grade A		grade B	
		Grade A	Grade B	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi
	biaya risiko	1.500,00	1.500,00	1,50		2,50		1,88		3,33	
	harga jual	100.000,00	60.000,00								11,7
	sub total biaya	5.300,00	5.300,00	5,30		8,83		6,63		8	
	keuntungan	54.700,00	24.700,00	54,70		41,17		68,3		8	54,89
5	Konsumen										
	harga beli	100.000,00	60.000,00								
	Margin pemasaran	80.000,00	45.000,00								
	<i>Farmer's share</i>	20,00	25,00								
	<i>Market share</i>	80,00	75,00								
	nilai <i>market share</i>	80.000,00	45.000,00								
				13,	77,4	22,5		11,8	78,9	21,0	
				86,48	52	6	4	88,14	6	2	8
				100,00		100,00		100,00		100,00	

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan **Tabel 2** diatas yang menginformasikan bahwa buah durian yang dipasarkan dari petani sampai ke konsumen dibagi menjadi 2 *grade* yang diantaranya yaitu *grade A* dan *grade B*. Harga jual buah durian ditingkat petani untuk *grade A* Rp 20.000 perbuah dan *grade B* Rp 15.000 perbuah. Harga beli ditingkat konsumen untuk *grade A* sebesar Rp 100.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 60.000 perbuah. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu *grade A* sebesar Rp 80.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 45.000 perbuah. Nilai margin pemasaran pada *grade A* yaitu Rp 80.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade A* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade A* ditingkat petani sebesar Rp 80.000 perbuah, sedangkan untuk nilai margin pemasaran *grade B* yaitu Rp 45.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade B* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade B* ditingkat petani sebesar Rp 45.000 perbuah.

Dilihat dari Tabel 2 yang menjelaskan bahwa, nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade A* sebesar 20,00% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 20,00% dari harga beli durian *grade A* ditingkat konsumen. Nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade B* sebesar 25,00% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 25,00% dari harga beli durian *grade B* ditingkat konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani sebagai produsen pada Saluran Pemasaran I terbilang sangat kecil dibandingkan dengan keuntungan yang dinikmati oleh para lembaga pemasaran lainnya.

3. Saluran Pemasaran III Buah Durian

Saluran pemasaran III pada pemasaran buah durian di Desa Wonosalam merupakan saluran pemasaran dua tingkat yaitu Petani – Tengkulak – Pengecer Dalam Kota – Konsumen. Nilai *Market Share*, Distribusi Margin (DM) dan Margin Pemasaran pada saluran pemasaran III buah durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang dapat dilihat dari Tabel 3.

Tabel 3. Nilai *market share*, distribusi margin (DM) dan margin pemasaran buah durian pada saluran pemasaran III

No.	Lembaga Pemasaran	Rp/buah		Share %				DM%			
				Grade A		Grade B		Grade A		Grade B	
		Grade A	Grade B	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi
1 Petani											
	Harga Jual	30.000,00	20.000,00								
	biaya ikat	2.000,00	2.000,00			3,33		4,00			
	biaya tenaga kerja	1.643,15	1.643,15			2,74		3,29			
	sub total biaya	3.643,15	3.643,15			6,07		7,29			
	Keuntungan	26.356,85	16.356,85	43,9		3		32,7			
2 Tengkulak											
	harga beli	30.000,00	20.000,00								
	biaya risiko	1.250,00	1.250,00			2,08		2,50	4,17		4,17
	biaya tenaga kerja	119,69	119,69			0,20		0,24	0,40		0,40
	biaya transport	59,84	59,84			0,10		0,12	0,20		0,20
	harga jual	45.000,00	30.000,00								
	sub total biaya	1.429,53	1.429,53			2,38		2,86	4,77		4,77
	keuntungan	13.570,47	8.570,47	22,6		2		17,1	45,2		28,5
3 pengecer dalam kota											
	harga beli	45.000,00	30.000,00								
	biaya tenaga kerja	256,58	256,58			0,43		0,51	0,86		0,86
	biaya transport	1.157,89	1.157,89			1,93		2,32	3,86		3,86
	biaya risiko	1.500,00	1.500,00			2,50		3,00	5,00		5,00
	harga jual	60.000,00	50.000,00								
	sub total biaya	2.914,47	2.914,47			4,86		5,83	9,71		9,71
	keuntungan	12.085,53	17.085,53	20,1		4		34,1	40,2		56,9
4 Konsumen											
	harga beli	60.000,00	50.000,00								
	margin pemasaran	30.000,00	30.000,00								

No.	Lembaga Pemasaran	Rp/buah		Share %				DM%			
				Grade A		Grade B		Grade A		Grade B	
		Grade A	Grade B	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi	Ski	Sbi
	farmer's share	50,00	40,00								
	market share	50,00	60,00								
	nilai market share	30.000,00	30.000,00								
				86,6		84,0		85,5		85,5	
				9	13,31	3	15,97	2	14,48	2	14,48
				100,00		100,00		100,00		100,00	

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan **Tabel 3** diatas yang menginformasikan bahwa buah durian yang dipasarkan dari petani sampai ke konsumen dibagi menjadi 2 *grade* yang diantaranya yaitu *grade A* dan *grade B*. Harga jual buah durian ditingkat petani untuk *grade A* Rp 30.000 perbuah dan *grade B* Rp 20.000 perbuah. Harga beli ditingkat konsumen untuk *grade A* sebesar Rp 60.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 50.000 perbuah. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran I yaitu *grade A* sebesar Rp 30.000 perbuah dan *grade B* sebesar Rp 30.000 perbuah. Nilai margin pemasaran pada *grade A* yaitu Rp 30.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade A* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade A* ditingkat petani sebesar Rp 30.000 perbuah, sedangkan untuk nilai margin pemasaran *grade B* sama yaitu Rp 30.000 perbuah yang artinya perbedaan harga durian *grade B* ditingkat konsumen dengan harga durian *grade B* ditingkat petani sebesar Rp 30.000 perbuah.

Pada **Tabel 3** juga menjelaskan bahwa, nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade A* sebesar 50% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 50% dari harga beli durian *grade A* ditingkat konsumen. Nilai *farmer's share* yang diperoleh pada harga durian *grade B* sebesar 40% yang artinya bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani yaitu 40% dari harga beli durian *grade B* ditingkat konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa bagian keuntungan yang dinikmati oleh petani sebagai produsen pada Saluran Pemasaran III terbilang setara dibandingkan dengan keuntungan yang dinikmati oleh para lembaga pemasaran lainnya.

Efisiensi Pemasaran pada Setiap Saluran Pemasaran Komoditas Durian

Analisis efisiensi pemasaran pada suatu komoditas menjadi faktor penting untuk melihat apakah keuntungan yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Untuk mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien, perlu untuk diketahui saluran mana yang

memiliki total biaya paling kecil. Efisiensi pemasaran durian di Desa Wonosalam maka dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Analisis efisiensi saluran pemasaran durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya	Nilai Produk yang Dipasarkan (Rp/Buah)		Efisiensi Pemasaran (%)	
			Grade A	Grade B	Grade A	Grade B
1	Saluran I	9.192,34	60.000	50.000	15,24	18,28
2	Saluran II	13.523,01	100.000	60.000	13,52	22,54
3	Saluran III	7.987,15	60.000	50.000	13,31	15,97

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan pada Tabel 4 menjelaskan bahwa Saluran pemasaran I, II dan III tercatat efisien, karena memiliki nilai efisiensi pemasaran < 50%. Dimana hal ini dapat diinterpretasikan bahwa nilai biaya pemasaran yang harus dikeluarkan 'lebih kecil' dari nilai produk akhir yang didapatkan, atau harga produk akhir yang harus dibayarkan oleh konsumen. Kondisi yang demikian ini tentunya 'logis' sehingga pemasaran yang dilakukan 'efisien'. Dari keseluruhan saluran pemasaran yang ada, semua termasuk pada kategori efisien, namun efisiensi pemasaran harus berdasarkan pada saluran pemasaran paling efisien dengan nilai efisiensi pemasaran terkecil sehingga lebih banyak memberi keuntungan. Tabel 4 menunjukkan bahwa saluran pemasaran III adalah saluran paling efisien karena angka efisiensinya paling kecil dibandingkan saluran pemasaran lainnya yaitu 13,31% untuk pemasaran durian *grade A* dan 15,97% untuk pemasaran durian *grade B*. Sejalan dengan penelitian Herwanti (2016), saluran pemasaran paling efisien berdasarkan nilai efisiensi pemasaran adalah saluran pemasaran dengan nilai efisiensi pemasaran terkecil. Dari keseluruhan saluran pemasaran yang ada masuk dalam kategori efisien namun harus melihat saluran pemasaran dengan nilai efisiensi pemasaran paling kecil sehingga dapat diberikan rekomendasi untuk bias dipakai oleh petani.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran durian di Desa Wonosalam antara lain 1) Saluran Pemasaran I: Petani - Tengkulak – Pedagang Besar – Pengecer Dalam Kota – Konsumen; 2) Saluran Pemasaran II: Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pengecer Luar Kota –

Konsumen; 3) Saluran Pemasaran III: Petani – Tengkulak – Pengecer Dalam Kota – Konsumen. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Margin pemasaran terendah yaitu Rp 30.000,00/buah baik durian *grade A* maupun durian *grade B* dan *farmer's share* tertinggi yaitu 50% untuk *grade A* dan 40% untuk *grade B* diperoleh pada Saluran Pemasaran III. Berdasarkan nilai efisiensi pemasaran, kegiatan pemasaran buah durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang paling efisien menggunakan saluran pemasaran III karena memiliki nilai efisiensi pemasaran terkecil yaitu 13,31% untuk *grade A* dan 15,97% untuk *grade B* dengan saluran pemasaran terpendek. Para Petani sangat disarankan untuk menggunakan saluran pemasaran III karena lebih efisien dan lebih menguntungkan bagi petani.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami ucapkan pada semua pihak yang telah membantu, khususnya petani durian di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.

Daftar pustaka

- Abidin, Z., N. Harahab, L. Asmarawati. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. Malang: UB Press.
- Agustian, A. dan H. Mayrowani. (2008). Pola Distribusi Komoditas Kentang di Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 96-106.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2019*. Agustus. Surabaya: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Indonesia 2017*. Juni. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Indonesia 2018*. Juni. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik Indonesia 2019*. Juni. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia 2017 Jilid 1*. Mei. Jakarta: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia 2018 Jilid 1*. Mei. Jakarta: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

- Baladina, N., R. Anindita, dan A. R. Putri. (2011). Analisis Efisiensi Pemasaran Durian Di Desa Wonoagung, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. *HABITAT*, 22(1), 1-11.
- Dinas Pertanian Kabupaten Jombang. 2012. Komoditas Unggulan Hortikultura. <https://pertanian.jombangkab.go.id/database/komoditas-unggulan/hortikultura>. [Diakses pada 28 Januari 2020)
- Direktorat Jendral Hortikultura. (2019). Gaet Durian Mania, Kementan Optimis Durian Lokal Semakin Bersaing di Pasar Ekspor. <http://hortikultura.pertanian.go.id/?p=3189>. [Diakses pada 28 Januari 2020).
- Herwanti, Susni. 2016. Analisis Pemasaran Durian di Desa Talang Mulya Kabupaten Pesawaran. *ESAI*, 10(1), 64-72.
- Natawidjaja, R. S. 2007. Pengembangan Komoditas Bernilai Tinggi (*High Value Commodity*) Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani. *UNPAD*, 1(1), 17-28.
- Oktaviana, D. N., M. Handayani., A. Setiadi. 2017. Analisis Prospek Perkembangan Usahatani Durian (*Durio Zibethinus Murray*) di Kota Semarang. *MEDIAGRO*, 13(2), 63-77.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: rajawali.